

МЕДИАОСВЕЩЕНИЕ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ В ФОРМАТЕ МЕДЛЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Г. Х. Кадырова

Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева

Поступила в редакцию 10 мая 2023 г.

Аннотация: статья посвящена особенностям освещения индустрии красоты в российском журнале *Seasonsoflife*, который отвечает концепции медленной журналистики. Анализ спецвыпуска издания *Seasonsoflife*, посвященного телу, а также материалов одной из центральных рубрик «*Душа и тело*» позволил выявить специфические подходы редакции в сфере освещения бьюти-индустрии. В статье затронуты различные медийные приемы и авторские находки в аспекте соединения медленной журналистики и медленной красоты.

Ключевые слова: медленная журналистика, медленные медиа, медленная красота, индустрия красоты, медленная фотография, эпистолярные жанры, *Seasonsoflife*, лайфстайл-журналистика.

Abstract: the article is devoted to the peculiarities of covering the beauty industry in the Russian magazine *Seasonsoflife*, which corresponds to the concept of slow journalism. The analysis of the special issue of *Seasonsoflife* devoted to the body, as well as materials of one of the central headings «*Soul and Body*» allowed us to identify specific editorial approaches in the field of beauty industry coverage. The article touches on various media techniques and author's findings in the aspect of combining slow journalism and slow beauty.

Keywords: slow journalism, slow media, slow beauty, beauty industry, slow photography, epistolary genres, *Seasonsoflife*, lifestyle journalism.

Медленная журналистика как сущностное явление культуры замедления общества характеризуется не только определенными принципами, прописанными в Манифесте медленных медиа, но и жанровыми и проблемно-тематическими особенностями. Изначально инициатива медленных медиа появилась в Германии в 2010 г., а позже и в остальных странах Европы и Америки. Именно тогда немецкие исследователи Бонн Стокдорф, Бенедикт Кёлер, Сабрия Дэвид, Йорг Блумтритт разработали манифест медленной журналистики, включающий в себя 14 принципов. На русском языке этот манифест был опубликован в газете «Частный корреспондент» [1].

В настоящий момент появление в российском сегменте популярных медиапроектов, отвечающих концепции медленной журналистики, говорит о перспективности этого формата в будущем, а также позволяет увидеть отечественную специфику этого направления. В российской медиакультуре наиболее близким, а порой, по мнению некоторых исследователей, тождественным форматом подобного отношения к информации является лайфстайл-журналистика, для материалов которой также характерна концепция культуры замедления. Среди современных медиапроектов, сочетающих в себе разные явления культуры замедления — например, медленной еды и восстановления рецептов традиционной

кухни народов мира [2], медленных путешествий и любительских трэвел-блогов [3], медленной моды и медиаконтента ремесленников в разных сферах [4] и т.д. — нам представляются особенно интересными проекты, рассказывающие о бьюти-индустрии.

Ключевым отечественным изданием, продвигающим концепцию медленной журналистики, является лайфстайл-журнал *Seasonsoflife*. Это объясняется не только спецификой контента, включающего разделы о еде, путешествиях, дизайне, вдохновении и т.д., но и тем, что постоянным автором журнала является главный теоретик этого направления в России Светлана Сидорова. Анализ спецвыпуска издания, посвященного телу, а также материалов одной из центральных рубрик «*Душа и тело*» позволил выявить специфические подходы редакции в сфере освещения бьюти-индустрии.

Журнал *Seasonsoflife* выходит в России с марта 2003 г. Это коллекционное лайфстайл-издание о людях, явлениях, проектах и идеях, которые определяют сегодняшний день, исследуя прошлое и заглядывая в будущее. Журнал является ключевой составной частью большого медиапроекта *SeasonsProject* — независимого лайфстайл-проекта, который объединяет журнал, сайт, фестивали, школу и креативное агентство. На наш взгляд, такая четкая ориентация на выпуск бумажного издания также отвечает Манифесту медленных медиа, так как знакомство с журналом, по мнению, редакции должно происходить неспеш-

но, «за чашкой чая с печеньем». Авторы отмечают: «Бумажный журнал по-прежнему остается сердцем *SeasonsProject*. Мы убеждены, что любимые журналы должны храниться на полках, а не в закладках компьютера» [5]. Согласно результатам аудиторного опроса, который провела редакция, журнал «вдохновляет читателей на перемены, учит радоваться простым вещам». Каждый год у журнала есть сквозная тема, косвенно объединяющая все номера и все остальные проекты *SeasonsProject*. Герои издания — люди, которые ищут свой путь и своими маленькими делами меняют большой мир.

Несмотря на то, что концептуально практически весь контент этого медиапроекта отвечает идеям медленных медиа, для нас особенно важным является специальный выпуск, тематически позиционируемый как «Тело / Лето» и опубликованный летом 2020 г. В своем анализе мы решили сфокусироваться на этом номере, так как и содержательно, и структурно именно этот выпуск соединяет в себе основные категории исследуемой темы: «Тело» как отражение сферы бьюти-индустрии и «Лето» как отражение медленного времени — наиболее важной доминанты медленных медиа.

Прежде чем приступить к анализу контента этого выпуска, необходимо дать предысторию создания этого номера. Так как редакция журнала посвящает издания текущего года одной ключевой теме, то в 2020 г. это была тема «Человек и природа». Четыре номера — четыре подтемы: «Душа», «Тело», «Дух» и «Человек» в своем доме — на земле. При этом интересно отметить, что именно с выпуском номера, посвященного «Телу», редакция издания впервые столкнулась с финансовой проблемой — нехваткой денежных ресурсов на тиражирование журнала — и обратилась к краудфандингу. Авторы медиапроекта опубликовали объявление о сборе средств на популярной российской краудфандинг-платформе Planeta.ru [6]. За короткий промежуток времени план был выполнен на 130% и сбор закрыли. Для интереса стоит отметить, что к краудфандингу редакция вновь обратилась только в 2022 г., для того чтобы выпустить осенний номер журнала.

Мы отдельно останавливаемся на этом факте, который говорит о том, что редакции было важно выпустить именно печатный номер, так как только такая версия издания отвечает характеристикам не только лайфстайл-медиа, но и требованиям медленной культуры и, в частности, медленных медиа и медленного чтения. Для аудитории важно держать номер журнала в руках, оценивать его, не завися от технических возможностей электронных носителей и тратя на него ценное время, прерывая и возвращаясь к чтению материалов этого номера. Кроме того, важно заметить, что продвижение этого номера журнала через краудфандинг-платформу также позволило наладить более тесную связь со сво-

ей аудиторией, включить интерактивные подходы во взаимодействии с ней, отличные от традиционных, но концептуально подходящие под формат медленных медиа [7]. Например, специально для участников проекта — меценатов и спонсоров номера — редакция придумала вознаграждения: от рассылки бумажной версии и публикации адресных благодарностей в летнем номере журнала до участия в онлайн-летучке и авторских онлайн-занятий журналистов издания, организации фотосессий и приглашения стать автором *Seasonsoflife*. Редакторы создали специальную и достаточно объемную рубрику «Над номером работали», включив туда всех преданных читателей журнала, которые пожертвовали деньги на публикацию номера. Такая обратная связь со своей аудиторией тоже позволяет нам рассуждать о том, насколько для редакции важна детализация коммуникации с читателями, их удержание, понимание их интересов и возможностей. Кроме того, в продвижении этого номера редакция часто отмечала единение не только авторов, читателей, но и всех причастных к изданию этого выпуска. При этом данные специалисты и эксперты были помечены словом «дружественные» — дружественные фотографии, идеи, проекты, мейкеры и т.д. Это тоже подчеркивает концепцию *slowlife* (медленной жизни), когда медиапроект развивается в атмосфере «френдли».

Перейдем непосредственно к анализу этого выпуска — *Seasonsoflife*, 2020, № 56 [8]. Первой полосой этого номера стала иллюстрация, победившая в читательском конкурсе. Редакция пишет: «Чтобы сделать обложку для этого номера, мы запустили в социальных сетях конкурс иллюстраций: получили больше 250 работ, а вместе с ними — ведра солнца и летних ливней, россыпи ягод, ленты дорог, босые пятки и веснушки». Такой уклон от фотографии в сторону рисунка и коллажа также подчеркивает медленный подход в создании контента. Рисунок и коллаж делаются дольше, чем фотография; их понимание также требует времени, потому что иллюстрацию нужно внимательно рассматривать, тогда как фотоизображение всё-таки зачастую характеризуется «быстрым» взглядом. Рисунок может символизировать гораздо более глубокие смыслы, чем фотография.

Особая специфика этого выпуска подчеркивается и тем, что именно этот номер увидел свет в самый разгар локдауна и объявления коронавирусных ограничений. Выход номера в период пандемии, когда жизнь замедлилась во всем мире и требовала других подходов в освещении привычной реальности, была подмечена и в самом первом обращении редакции. В письме главного редактора отмечено: «Мы придумали летний номер перед самоизоляцией, в начале марта, а потом перепридумали, когда поняли, что не получится говорить про одно легкое, летнее, зеленое. Что мы другие: прислушиваемся к себе, боремся со страхами, нам важно заземляться и быть

на природе, чтобы справиться с тревогой, мы на самом деле впервые по-настоящему оказались один на один со своим телом, с собой».

Одним из ключевых материалов этого выпуска является текст, написанный в жанре воспоминаний, — «Летние сны». Редакция анонсирует этот интересный проект следующим образом: «В этой истории соединились два летних воспоминания, рассказанные двумя Катями. Катя Алагич — фотограф, сняла своих друзей и знакомых у них на дачах для проекта “Летние сны”. А Катя Фурцева призналась в любви к даче, на которой она выросла».

Вообще жанр воспоминаний или мемуаров в современной журналистике достаточно востребован. Будучи составной частью эпистолярного творчества, такие тексты изначально включены в систему массовой коммуникации и занимают пограничное положение между деловыми документами, историческими исследованиями с одной стороны и художественными произведениями с другой. Для них характерны опора на реальные факты, достоверность, имиджевость, диалогичность, возникновение в границах определенного социально-исторического контекста. Эта явная взаимосвязь журналистского произведения с контекстом и временем, эпохой и позволяет нам говорить об этом жанре, как о ведущем в медленных медиа: «Приостановить бег времени, ещё раз пережить самые яркие события в своей жизни, рассказать о них и о себе современникам и потомкам — вот кредо автора, приступающего к написанию мемуаров, воспоминаний, литературных портретов» [9, 205].

Анализируемый материал в журнале *Seasonsoflife* знаменателен тем, что в нем — в рамках одного медиадискурса — соединяются две разные истории: текст посвящен воспоминаниям девушки, которая провела на даче большую часть своего детства, однако при этом фотографии изображают не ее биографические факты, а дачи совсем других людей. Такое соединение исторического в тексте и современного в визуальном ряде позволяет авторам метафорически представить тему времени — дача как абстрактное пространство вне времени, вне регионов и даже вне конкретных людей. Это то, что объединяет представителей разных времен, поколений, народов, социальных слоев. Текст о дачах вызывает теплые ностальгические ассоциации у читателей и предлагает им самим «повспоминать» свое детство, осознать текучесть времени, его гибкость, преемственность традиций.

Следующий медиатекст посвящен кровным узам и семейным ценностям. Это фотопроjekt, который был реализован дистанционно: «Мы поняли, что в студии сделать съемку не сможем, в ситуации изоляции нас спасет фейстайм, снимали через него, репортажно, искренне, без стилистов и визажистов. С нитками [которые соединят родных людей] не вышло, но провода любви протянулись». В этом материале

преимущественно интересно то, что автор попыталась показать связь разных поколений — матери и ее сыновей, бабушки и внука, сестер-близняшек. Таким образом, через близкие многим читателям образы редакция вновь использует формат медленной журналистики в соединении с темой медленной красоты — тема времени пересекается с темой телесности, поиском схожих черт во внешности героев. Черно-белые, слегка размытые фотоизображения ассоциируются у читателей с семейной фотохроникой или семейным фотоальбомом. Такие типажи «медленных героев» впервые были теоретически обоснованы С. Ю. Сидоровой и позволяя авторам расширить медиадискурс, соединить в одном текстовом пространстве персонажей, автора и читателей [10].

Проблемно-тематическим характеристикам медиаотражения сферы бьюти-индустрии в формате медленных медиа в этом выпуске журнала, на наш взгляд, прекрасно отвечает также монолог Александры Шишковой — героини большого текста «Настройщики» — про специалистов, которые работают с телом. Героиня продвигает техники целительного массажа и рассуждает именно с позиции *slowlife* (медленной жизни): «Всю свою сознательную жизнь я занимаюсь телесными практиками. Метод ... вообрал в себя разные целительные массажные практики — китайские, славянские, тайские, индийские, суфийские, шаманские, а также принципы телесно-ориентированной терапии. <...> Еще одна основа метода — замедление. И когда мы вдруг начинаем двигаться со скоростью восходящего солнца или распускающегося цветка, ум с непривычки или от скуки отходит от пульта управления, отпускает контроль и дает человеку возможность соединиться со своей природной частью, услышать себя».

В этом фрагменте можно отметить соединение ключевых тематических категорий феномена медленной красоты — национальные особенности телесных практик, естественная красота и замедление как внутренняя философия жизни. Важным является и то, что журналист отдает вещательную позицию своим героиням — именно они как специалисты рассказывают о важности новых методик работы с телом, о связи душевного баланса и физического здоровья.

В большом материале «Опытным шитьем» журналистка Настя Сотник рассказывает о дизайнерах-экспериментаторах, которые исследуют отношения между телом и одеждой, ощущением изменчивости времени и бьюти- и фешен-индустрией. Например, рассуждая о новой коллекции испанского бренда, автор метафорически описывает специфику этой одежды: «Так родился набор вещей, которые подходят всем. Брюки-юбки, жилеты, жакеты и кейпы LR3 создаются так, чтобы быть с нами всю жизнь, и это не фигура речи. Они могут расти, уменьшаться, худеть и толстеть, стареть, молодеть и переживать другие метаморфозы вместе со своими обладателя-

ми благодаря особенным конструкциям». Таким образом, по мнению автора, одежда меняется и взрослеет так же, как и тело человека.

В целом, весь этот материал построен на пересечении темы медленной моды и соответствующего подхода в донесении информации — медленной журналистики. Например, авторы этой рубрики акцентируют внимание читателей на том, что одежда описываемых дизайнеров произведена из вторичных материалов, она отличается национальной идентичностью, в ней четко прорисовываются связи с прошлым.

Однако наиболее ценным медиатекстом этого номера, прекрасно иллюстрирующим бьюти-индустрию в формате медленных медиа, стал материал психолога и фотографа Люси Жариковой «Письмо телу». Этот текст интересен прежде всего тем, что он соединяет в себе две важных для нас тематических категории — сферу телесной красоты и замедленное отношение к жизни, представленное вербально. Следует отметить, что сама методика письма, обращенного к телу, пришла в журналистику из психотерапии и из философии велнес и йоги. Велнес (*wellness*) — это слово, недавно вошедшее в словари многих языков и в основном используемое для обозначения состояния физического и душевного благополучия. Сегодня это стало серьезным трендом в мировой бьюти-индустрии [11]. В психотерапии и велнесе подобные письменные практики называют рефлексивными откликами, которые позволяют прожить определенный опыт, перешагнуть через какие-то переживания и, самое главное, замедлиться и посмотреть на проблемы отстраненно.

Такая междисциплинарная диффузия жанров и методик в подаче информации представляет современный медиаконтент по-другому, заметно обогащает его и обновляет, привлекая внимание аудитории. В целом, достаточно эффективно воспринимается обращение Люси Жариковой к своему телу, в котором присутствуют диалогичность, эмоциональность, критичность: «Ты никогда не подводило меня! Мы редко боеем, мы отлично танцуем, мы многое можем — ты всегда относилось ко мне с любовью. Я чувствую твою поддержку! Я знаю, что ты всегда будешь на моей стороне, и почему-то это знание превратилось в агрессивное требование к тебе: “Дай! Дай! Дай!”». Таким образом, непосредственный синтез эпистолярного жанра, популярного в современной журналистике, и тела человека как адресата письма демонстрирует, на наш взгляд, соединение формата медленной журналистики и темы индустрии красоты.

Кроме того, важно отметить, что редакция не ограничилась только публикацией этого письма, а дополнила материал рекомендациями эксперта и одновременно автора текста, которые позволяют читателям самостоятельно провести подобную рефлексию. Также редакторы представили визуальные

изображения, подготовленные героиней, которая помимо вышеперечисленного еще и специализируется в фототерапии. Медиапроект под названием «ТеЛЕСность» состоит из фотографий отдельных частей тела человека на фоне леса, что, по мнению автора, символизирует «заземленность», медленную взаимосвязь человека и окружающей среды. На наш взгляд, такая структура этого большого материала, которая включает в себя письмо к телу, экспертные советы и портфолио из фотографий автора, создает глубокий контекст и расширяет его до формата медленной журналистики. Ведь редакция не остановилась только на публикации необычного письма — ей важно было показать личность автора текста с разных сторон. Такая структура медиаматериала как раз и предполагает медленное чтение, неспешное знакомство с героиней, попытку понять её мотивы и ценности.

Еще один фотопроект из данного выпуска под заголовком «Части Вселенной» посвящен парфюмерным ароматам и воспоминаниям, которые ассоциируются с запахами. Журналистка Джульетта Птоян выбрала девять ароматов, которые помогут перенести читателей в новые города, на берега морей и в средиземноморские деревушки. Упоминание в тексте известных брендов и продвижение определенной парфюмерной продукции явно указывает на то, что это нативная реклама, т.е. реклама, которая демонстрирует ценность продукта, не восхваляя его преимущества с призывами покупки. Она зачастую воспринимается пользователями как рекомендация, поэтому не вызывает отторжения. Такой маркетинговый подход в освещении бьюти-индустрии в издании, отвечающем формату медленных медиа, показывает не только взаимосвязь этих сфер — медиаиндустрии и индустрии красоты, но и эффективность рекламных приемов, которые расширяют традиционный журналистский контекст. И снова метафорическое описание парфюмерной продукции реализуется через категорию времени, связь с истоками, предшественниками, буквальным «заземлением» — через ассоциации с запахами земли, щебенки, солей, камней и прочей мертвой природы: «...Ароматы связаны с запахами разных профессий. Керамисты пахнут влажной глиной, прохладным металлом ножей и штампов, печным жаром и глянцевым каменным отзвуком глазури».

В рубрике «Душа и тело» в этом же номере опубликован материал «Натуральный beauty-минимализм», посвященный осознанному потреблению в выборе косметики. Он также отвечает характеристикам нативной рекламы в силу того, что автор книги о безопасной косметике и осознанной красоте «Чистое сияние» Юля Рэй перечисляет те бренды, к которым обращается сама. Однако в этом тексте мы можем увидеть и концепты, которые соотносят его с форматом медленной журналистики

прежде всего в тематическом аспекте. Например, героиня пишет об экологичном подходе в выборе современной бьюти-индустрии следующим образом: «Новый минимализм — это нужные качественные товары и косметика, которые отвечают принципам экологичности. <...> Их добыча часто связана с жестоким обращением с животными и их истреблением. Это недопустимо. Я не верю, что такое средство может подарить красоту тому, кто будет им пользоваться. Там, где нет Любви, нет и Красоты». Кроме того, в этом материале редакция делает акценты на таких фразах автора, как «этичный выбор [косметики]», «большинство из них подойдет и женщинам, и мужчинам», «бьюти-средства, безопасные для окружающей среды и вашего здоровья», «это производство настолько “зеленое”», «когда вы закончите эту тихую бьюти-революцию», «eco-friendly как необходимая политика для косметического бренда». Эти понятия помогают журналистам издания позиционировать в данном случае сферу бьюти-индустрии в медленном формате, которая проявляется на смысловом уровне текста в виде взаимосвязей человека и природы, общего гендерного подхода, этичном отношении к окружающему миру, экологической и дружественной среде существования.

Таким образом, данный анализ позволяет сделать вывод о том, что медиаотражение индустрии красоты в журнале *Seasonsoflife* отвечает философии *slowbeauty* (медленной красоты) и, соответственно, может относиться к формату медленной журналистики. Ключевые особенности медиатекстов, отмеченные выше, демонстрируют это. В частности, интертекстуальные заголовки (например, «Эжен и ребята» по аналогии с сериалом «Элен и ребята»; «Нос судьбы» по аналогии с повестью Н. В. Гоголя «Нос» и т.д.), использование олицетворений в описании одежды и косметики (придание им человеческих черт), акцент на этичности и экологичности марок сферы красоты. Интересно отметить, что концепция *slowlife* выражается и в редакционных отступлениях, которые встречаются в лидах или анонсах к тем или иным материалам. Например: «мы вырастили этот летний номер», «нам важно заземляться», «ответственность перед природой в выборе косметической продукции», «замедляешься в том смысле, что у тебя отпадает все ненужное» и пр. Это позволяет говорить о специфике медленного подхода в лайфстайл-издании, которое затрагивает и сферу бьюти-индустрии.

Помимо этого, следует подчеркнуть, что журналисты в подобных изданиях чаще всего выступают в качестве редакторов-модераторов, отдавая главное слово своим героям — специалистам, экспертам в разных сферах. Если говорить о визуальной составляющей в медленных СМИ, то можно обратить внимание на большое количество заголовков, напечатанных со строчной буквы и курсивом, что

ассоциируется у читателей со свободным письмом, потоком мыслей, медленным чтением. Дизайнеры журнала допускают присутствие «воздуха» (свободного пространства между блоками медиаматериала) в верстке полос, больших интервалов в тексте (растянутость букв в заголовках). Это тоже, на наш взгляд, создает подход неспешного знакомства с изданием.

Кроме того, редакция использует формат медленной фотографии. Это термин, предложенный исследователем С. Ю. Сидоровой, под которым она понимает «фототекст, который требует не только достаточного количества времени для производства, но и протяженной во времени расшифровки заложенных в фотографию визуальных и вербальных кодов и продолжительного осмысления при восприятии фототекста» [12, 88]. В журнале *Seasonsoflife* такие фотографии характеризуются искусственной постановочностью, иллюстрацией интерьера и бытовых деталей, размытостью изображений, попыткой уловить в кадре движение.

Таким образом, медленные медиа, которые являются важной составной частью *slowlife* наряду с медленными едой, чтением, родительством, бизнесом, искусством и т.д., сегодня играют важную роль в современном обществе. Различные «медленные» направления жизни изменили аудиторные ожидания и мотивы информационного потребления. Эти тенденции нашли отражение во всем: начиная от вдумчивого анализа собственной пищи, мягких подходов к активной жизни и заканчивая отказом от продуктов и процедур с быстрым эффектом в бьюти-сфере. Все это позволяет говорить о новой аудитории СМИ, для которой первостепенными становятся принципы неспешности, экологичного подхода ко всему, выстраивание определенных взаимоотношений с природой, ностальгическое восприятие уже пройденного опыта. Это, в свою очередь, приводит к изменениям и корректировкам уже давно работающих концепций и коммуникативных стратегий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Köhler, B., David, S., Blumtritt, J. *TheSlowMediaManifesto* / перев. на рус. язык: интернет-издание «Частный корреспондент» // Центр гуманитарных технологий. — 2010. — Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/2618> (дата обращения: 21.04.2023).
2. Лазуткина Е. В. Основные этапы развития фуд-журналистики и фуд-блогерства / Е. В. Лазуткина // Челябинский гуманитарий. — 2020. — № 2(51). — С. 69–75.
3. Исаева Т. Е. Концепт «slowtravel» как новое популярное социально-психологическое направление в туризме / Т. Е. Исаева // Перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства: теория и практика. — Ростов-на-Дону: Ростовский государственный университет путей сообщения, 2019. — С. 137–142.
4. Петухова А. *Letitslow* / А. Петухова, А. Сабенина // Журналист Online. — 2019. — Режим доступа: <https://>

journalonline.msu.ru/m/articles/note/let-it-slow-986/ (дата обращения: 21.04.2023).

5. Краудфандинг Seasons: делаем летний номер журнала вместе! // Seasonsoflife. — 2020. — Режим доступа: <https://seasons-project.ru/kraudfanding-seasons-delaem-letnij-nomer-zhu/> (дата обращения: 21.04.2023).

6. Печать летнего номера журнала Seasons // Planeta.ru. — 2020. — Режим доступа: https://planeta.ru/campaigns/seasons_summer (дата обращения: 21.04.2023).

7. Кадырова Г.Х. Механизмы эффективного продвижения публикаций социальной направленности в социальных медиа / Г.Х. Кадырова // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2017. — № 2(24). — С. 65–70.

8. Seasons of life. — 2020. — № 56 (лето).

9. Мажарина Ю.Н. Мемуары как вид публицистиче-

ского творчества / Ю.Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2011. — № 2. — С. 199–206.

10. Сидорова С.Ю. Визуальный образ «медленного» героя в интеллектуальном глянце / С.Ю. Сидорова // Медиа в современном мире. — СПб., 2021. — С. 117–118.

11. Сидорова И.Г. Wellness-технологии в гипертекстах жанров персонального интернет-дискурса / И.Г. Сидорова // Лингвистика гипертекста и компьютерно-опосредованной коммуникации. — Самара, 2019. — С. 118–126.

12. Сидорова С.Ю. «Медленная фотография»: между изображением и словом / С.Ю. Сидорова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2021. — № 6. — С. 66–94.

*Астраханский государственный университет
им. В.Н. Татищева*

*Кадырова Г.Х., кандидат филологических наук, доцент
кафедры теории и истории журналистики
E-mail: ghkadyrova@yandex.ru*

*Astrakhan Tatishchev State University
Kadyrova G. Kh., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Theory and History of Journalism Department
E-mail: ghkadyrova@yandex.ru*